

Laboratório de Psicologia, (2)1: 21-32 (2004)
© 2004, I.S.P.A.

Valência de atributos pessoais e estereotipicalidade em relação aos *skinheads*

Pedro Brazão

Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa

Teresa Garcia-Marques

Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Lisboa

Resumo

Avaliaram-se 90 palavras-adjectivos em estereotipicalidade relativamente à categoria de skinhead e em valência (positividade/negatividade). Os resultados, apresentados segundo a estereotipicalidade média dos atributos junto com a valência média e os respectivos desvios padrão e intervalos de confiança de 95%, permitem seleccionar atributos estereotípicos e não estereotípicos negativos, com igual valência. Discutem-se as possíveis aplicações dos atributos avaliados, tendo em conta os critérios que devem reunir.

Palavras-chave: Atributos, Estereotipicalidade, Estereótipos, *Skinhead*, Valência.

Durante as últimas décadas tem-se assistido a um constante crescimento da investigação no campo de estudo dos estereótipos. Nesta investigação tem-se estudado os estereótipos ao nível da formação de impressões, do julgamento e da memória, procurando-se compreender a sua formação, utilização e papel no processamento de informação (ver Bodenhausen, Macrae, & Sherman, 1999; Chen & Chaiken, 1999; Fiske, Lin, & Neuberg, 1999). Mais recentemente, esta investigação orientou-se para o estudo dos factores e dos mecanismos envolvidos no controle dos estereótipos (ver Devine & Monteith, 1999; Monteith, Sherman, & Devine, 1998) e, ultimamente, tem-se focado no estudo das componentes automáticas e controladas da utilização dos mesmos (e.g., ver Bargh, 1999; Blair, 2001).

Nas investigações realizadas neste campo, é frequente o uso de traços ou atributos pessoais associados, ou não associados, a determinadas categorias sociais. Esses atributos são normalmente

Agradecemos a Margarida Garrido e a António Caetano a colaboração prestada para a realização deste estudo.

A correspondência relativa a este artigo deverá ser enviada para: Pedro Brazão, Departamento de Psicologia Social e das Organizações, Instituto de Ciências do Trabalho e da Empresa, Av. Das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa; E-mail: pedro.brazao@clix.pt ou para Teresa Garcia-Marques; E-mail: gmarques@ispa.pt

seleccionados com base no estudo da sua “estereotipicalidade” (e.g., Macrae, Bodenhausen, Milne, & Wheeler, 1996; Moskowitz, Gollwitzer, Wasel, & Schaal, 1999) e da sua valência (e.g., Macrae, Stangor, & Milne, 1994; Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994). Nesta sequência, o presente estudo visa a pré-testagem, junto da população portuguesa, de um conjunto alargado de atributos nessas duas dimensões.

Operacionalização do “estereótipo”

Desde Katz e Braly (1933) que a operacionalização do conceito de estereótipo tem sido feita com base na percepção que os indivíduos de uma dada população têm de um grupo social. Estes autores, em concreto, forneceram listas de adjetivos aos participantes dos seus estudos, pedindo que seleccionassem os cinco que melhor descrevessem um dado grupo étnico. Os que fossem seleccionados por mais de 50% dos participantes (medida de consenso) eram considerados como os que operacionalizavam o estereótipo desse grupo étnico. Assim, desde os trabalhos de Katz e Braly (1933) que se tem vindo a designar por estereótipos os atributos ou conceitos descritivos que estão associados a uma categoria social de pertença (Bodenhausen & Macrae, 1998).

Nos estudos mais recentemente realizados neste campo, tem vindo a ser utilizado o mesmo critério operacional, isto é, a operacionalização dos estereótipos tem vindo a ser efectuada com base na percepção que os indivíduos de uma dada população têm sobre um determinado grupo social. Para dar substracto a esta percepção fornecem-se traços, comportamentos ou outros atributos pessoais que estão, ou que não estão, associados a pessoas pertencentes a determinados grupos sociais (e.g., Afro-americanos, *skinheads*). Os atributos estereotípicos que definem o estereótipo de um dado grupo social ou os atributos não estereotípicos têm vindo a ser seleccionados, nessas investigações, com base no grau de associação à categoria social respectiva.

Com base nesses atributos, o conceito de estereótipos tem sido operacionalizado nas investigações, quer em termos de manipulação induzido-se a activação supra ou subliminal dos estereótipos (e.g., Devine, 1989; Lepore & Brown, 1997), quer em termos de mensuração de variáveis associadas à activação do estereótipo. Nesta segunda situação têm-se utilizado os atributos para avaliar a estereotipicalidade de diferentes tipos de julgamentos (e.g., Gilbert & Hixon, 1991; Plant & Devine, 1998) e/ou mensurar o grau de acessibilidade ou de activação dos estereótipos (e.g., Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994; Kawakami, Dovidio, Moll, Hermsen, & Russin, 2000) e, ainda, para caracterizar o processamento da informação estereotípica e a sua codificação em memória (e.g., Macrae, Stangor, & Milne, 1994; Macrae, Bodenhausen, Milne, & Ford, 1997). Em medidas de memória diferencial para esses atributos, tem sido possível caracterizar os processos de codificação e/ou recuperação da informação estereotípica, quer através de recordação livre (Experiência 3, Macrae, Stangor, & Milne, 1994; Macrae et al., 1997), quer de reconhecimento (Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998). Por sua vez, os atributos incorporados em medidas de acessibilidade dos estereótipos podem constituir palavras a serem reconhecidas numa matriz de letras tipo *sopa de letras* (e.g., Experiência 2, Macrae, Stangor, & Milne, 1994), palavras fragmentadas a serem completadas pelos participantes (e.g., Gilbert & Hixon, 1991), palavras cujo tempo de leitura/pronúncia varia consoante o estereótipo está ou não activado (e.g., Moskowitz, Gollwitzer, Wasel, & Shaal, 1999) ou, ainda, palavras incorporadas em tarefas de decisão lexical (e.g., Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994; Wittenbrink, Judd, & Park, 1997).

Os atributos que se dizem definir um estereótipo têm sido igualmente caracterizados noutras dimensões, entre as quais se destaca a sua valência (positividade/negatividade). Esta avaliação tem vindo a ser realizada muito para se controlar o efeito da valência dos atributos, por forma a que não

possa vir a constituir uma explicação alternativa para os resultados dos estudos que os utilizam (e.g., Macrae, Stangor, & Milne, 1994; Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994; Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998). Esta avaliação torna-se assim necessária para a construção do material experimental, das manipulações ou das medidas como as que foram anteriormente exemplificadas e de que são exemplos as medidas implícitas de preconceito (e.g., Blair & Banagi, 1996; Rudman, Ashmore, & Gary, 2001; Fazio, Jackson, Dunton, & Williams, 1995).

Estereótipos de grupos sociais

Os estudos desenvolvidos com vista a compreender os processos psicológicos que caracterizam a problemática dos estereótipos têm utilizado várias categorias sociais, com saliência da categoria étnica de Afro-americano. A esta categoria a população americana e inglesa tem associado os atributos *hostil, agressivo, irresponsável, atlético e divertido* (Devine, 1989; Lepore, & Brown, 1997; Wigboldus, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2003; Wyer, Sherman, & Strossner, 1998). Por sua vez, associados à categoria social de americanos de origem asiática encontram-se atributos como *inteligente (smart) e passivo* (Wyer, Sherman, & Strossner, 2000). À categoria social hispânica, nos Estados Unidos da América, aparecem associados atributos relacionados com *violência e criminalidade*, pelo que se verificou que a activação de um nome hispânico induziu juízos de maior culpabilidade relativamente a um dado crime violento do que a de um nome caucasiano (Bodenhausen & Wyer, 1985; Bodenhausen & Lichtenstein, 1987).

Outros tipos de categorias sociais, que não as étnicas, também têm sido caracterizadas de modo a servir de suporte ao estudo dos processos cognitivos subjacentes. Entre estas destacam-se os estereótipos associados ao género, com os atributos de *sexy, sensível, fraca e dependente* associados às mulheres (Moskowitz, Gollwitzer, Wasel, & Schaal, 1999) e o estereótipo de idoso que, por sua vez, inclui os traços de *aborrecido (worried), velho, solitário (lonely)*. Outros estereótipos que têm sido estudados são os que estão ligados às profissões, como o de bibliotecário associado aos atributos de *culto e aborrecido (boring)*, de empregada de mesa a *inculta e divertida (funny)* (Garcia-Marques & Hamilton, 1996), de matemático e de programador de computadores associados a *inteligente*, segurança de discoteca e trabalhador das obras associados a *estúpido*, de educador de infância a *simpático* e polícia de trânsito a *antipático* (Garrido, 2001; Jerónimo, 2001). Também as opções sexuais, religiosas e morais são dimensões passíveis de definir categorias sociais às quais se associam estereótipos. Assim, encontra-se por exemplo a caracterização de indivíduos pedófilos como *compulsivos e manipuladores* (Macrae, Stangor, & Milne, 1994; Macrae, Bodenhausen, Milne, & Ford, 1997) e estudam-se os estereótipos de homossexual (e.g., Monteith, Spicer, & Tooman, 1998) e de *yuppie* (e.g., Macrae, Bodenhausen, & Milne, 1998). Entre estas categorias sociais destaca-se a de *skinhead*, que foi a seleccionada para este estudo.

Estereótipos de Skinhead

Dentro do campo de investigação dos estereótipos, tem-se publicado um número apreciável de estudos que versam sobre a activação, a utilização ou o controle dos estereótipos de *skinhead* (ver Bodenhausen & Macrae, 1999; Monteith et al., 1998), nos quais a categoria social de *skinhead* aparece associada aos atributos de *hostil* (Kawakami et al., 2000), de *antipático* (Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998), de *anti-social* (Plaks, Stroessner, Dweck, & Sherman, 2001; Sherman & Bessenoff, 1999), de *agressivo* (Wigboldus, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2003), de *perigoso, falso e desonesto* (ver Macrae, Milne, & Bodenhausen, 1994).

Nestes estudos, também se utilizaram palavras, atributos ou comportamentos *neutros*, não-estereotípicos para categoria de *skinhead*. Este é um dado importante uma vez que assim se fornece uma *base-line* (“linha de base”) para se interpretar o impacto dos estereótipos. As definições operacionais usadas nos diferentes estudos foram: (a) palavras, incluindo atributos, irrelevantes para a categoria de *skinhead* (Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994); (b) atributos neutros para a categoria de *skinhead* (Macrae, Milne, & Bodenhausen, 1994); (c) comportamentos irrelevantes (ou neutros, Sherman & Bessenoff, 1999) para os atributos ou dimensões de simpático/antipático (*unkind/Kind*) (Sherman, Gayle, Bessenoff, & Frost, 1998; Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998; Wigboldus, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2003) ou de antisocial/prosocial (Plaks, Stroessner, Dweck, & Sherman, 2001)¹.

De uma forma geral, os estudos que usaram os estereótipos de *skinhead* possibilitaram o retirar de importantes inferências, tais como: (a) de os estereótipos funcionarem como instrumentos de preservação de recursos numa formação de impressão, deixando mais recursos disponíveis para outras tarefas a realizar em simultâneo (Macrae, Milne, & Bodenhausen, 1994); (b) da inferência espontânea de traços a partir de comportamentos estereotípicos ou neutros ser mais fácil do que de comportamentos contra-estereotípicos (Wigboldus, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2003); (c) de quando a capacidade de processamento está restringida a informação estereotípica, relativamente à contra-estereotípica, ser lida em menos tempo, mobilizar menos recursos atencionais e ser codificada em menor extensão (Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998); (d) da supressão dos estereótipos levar a efeitos ricochete (*rebound*) de uma maior acessibilidade dos estereótipos, de um maior distanciamento social e de uma maior estereotipização (Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994); (e) da supressão dos estereótipos ser um processo exigente em termos de recursos, diminuir os recursos atencionais para processar informação não estereotípica acerca do alvo e reduzir a memória para essa informação (Macrae, Bodenhausen, Milne, & Wheeler, 1996); (f) da atenção e reconhecimento que se faz da informação depender de teorias implícitas preconizadas, sendo maior para os traços estereotípicos, quando se pensa que são fixos, e maiores para os contra-estereotípicos e se pensa que os atributos de uma pessoa são maleáveis e podem mudar com o tempo (Plaks, Stroessner, Dweck, & Sherman, 2001); (g) do treino na negação dos estereótipos diminuir a activação dos mesmos (Kawakami et al., 2000).

O presente estudo

O presente trabalho visa fornecer um conjunto alargado de atributos pré-testados, junto da população portuguesa, que possam servir de base para a realização de estudos no campo dos estereótipos. Neste estudo utilizam-se atributos com algumas características especiais, uma vez que se pretendeu pré-testar atributos que pudessem ser inseridos numa *matriz de letras* (sopa de letras), com vista a obter uma medida de activação e de acessibilidade dos estereótipos, a operacionalizar pela diferença entre o número de atributos estereotípicos identificados na matriz e o número de atributos neutros. Assim, nos atributos seleccionados para este estudo não se podiam ter palavras com acentos nem se deveriam detectar outras palavras dentro das primeiras. Esses atributos foram avaliados na dimensão de *estereotipicidade* relativamente à categoria de *Skinhead* e na dimensão de *valência*. Pretendia-se, desta forma, a selecção de atributos estereotípicos e não-estereotípicos (neutros na dimensão de estereotipicidade) igualmente negativos, que servissem de base a estudos no campo de investigação em referência.

¹ Importa, neste ponto, fazer a distinção entre atributos não-estereotípicos (ou neutros) e contra-estereotípicos. Os contra-estereotípicos são atributos que estão associados aos antónimos dos estereótipos, isto é, às dimensões opostas (e.g., antipático, quando atributo estereotípico é simpático, Sherman et al., 1998), enquanto os atributos não-estereotípicos não estão associados ou são irrelevantes ou neutros para a categoria social de pertença, ou melhor, irrelevantes nas dimensões estereotípica/contra-estereotípica (ver Secção de Discussão).

Método

Participantes

Participaram no estudo 50 estudantes (41 mulheres e 9 homens) do primeiro ano do curso de Psicologia Social e das Organizações do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, com idades compreendidas entre os 19 e os 30 anos ($M=21$, $Sd=2,1$).

Material

A lista de atributos foi construída com palavras-adjectivo que, em termos subjectivos, apresentassem conotação negativa e que cumprissem os critérios de não apresentarem acentos e de não incorporarem outras palavras dentro das mesmas¹. A pesquisa e selecção dos atributos começou com a tradução dos atributos estereotípicos na altura localizados em artigos de língua inglesa (e.g., Macrae, Stangor, & Milne, 1994) e prosseguiu com um levantamento exaustivo de atributos, recorrendo a um dicionário de sinónimos (Porto Editora, 1977). Seleccionaram-se palavras que pudessem ser negativas e pudessem estar associadas ou não aos estereótipos de *skinhead* e, ainda, que cumprissem os outros dois critérios já referidos. Reuniu-se um total de 90 palavras-adjectivo, que constituíram a lista de atributos a avaliar no presente estudo.

Procedimento

A experimentação decorreu em “situação de sala de aula”, solicitando-se aos estudantes a colaboração para realizarem um pré-teste de atributos ou categorias pessoais, com o intuito de os mesmos virem a ser utilizados noutros estudos no âmbito do programa de estudos do experimentador. Em seguida, distribuiu-se aleatoriamente o material experimental, o que avaliava a estereotipicalidade e o que avaliava a valência da lista de atributos.

Aos participantes que avaliaram a estereotipicalidade pedia-se que imaginassem uma pessoa representativa da categoria social de *skinhead* e, depois, que pensassem, para cada uma das características pessoais, se estava ou não associada a um *skinhead*. E, se achassem que era relevante para caracterizar um *skinhead*, que a considerassem associada a *skinhead* e, se achassem que não era relevante, que a considerassem não associada. Para avaliar a estereotipicalidade dos atributos colocou-se a questão “Em que medida associa à categoria de *skinhead*?”, à qual se associou, para cada palavra, uma escala de 11 pontos de 0 (*Nada*) a 10 (*Completamente*).

Aos participantes que avaliaram a valência pedia-se que pensassem, para cada uma das características pessoais, em que medida é que era positiva ou negativa para uma pessoa em geral. E, se achassem que era positivo uma pessoa estar associada a essa categoria, que considerassem a palavra positiva e, se achassem negativo, que a considerassem negativa. Para avaliar a valência dos atributos colocou-se então a questão “A característica é...”, à qual se associou, para cada palavra, uma escala de 11 pontos de 0 (*Completamente Negativa*) a 10 (*Completamente Positiva*).

À medida que os participantes completavam os questionários estes foram recolhidos, agradeceu-se a colaboração e, depois de todos o completarem, respondeu-se às questões que quiseram colocar sobre o estudo, tendo em seguida os participante retomado as suas actividades lectivas.

¹ Depois de realizadas as avaliações ainda se detectaram atributos contendo palavras incluídas (e.g., leviano que contém a palavra via).

Resultados

Os dados apresentados referem-se às respostas fornecidas por apenas 44 participantes, uma vez que se retiraram das análises 6 participantes (12%) por estes terem atribuído o mesmo valor a mais de dois terços dos atributos da lista.

Tendo em vista a selecção de pares de palavras com diferente estereotipicalidade mas igual valência negativa, em que uma é estereotípica e a outra é não-estereotípica, ou outras selecções possíveis de palavras, realizou-se a análise descritiva das avaliações de estereotipicalidade e de valência, que é apresentada na Tabela 1, onde se podem observar, para cada atributo, os valores computados médios de estereotipicalidade e de valência, e os respectivos desvios padrão e limites inferiores e superiores do intervalo de confiança de 95%. Para facilitar a selecção dos atributos, apresenta-se a referida informação ordenada segundo valores médios decrescentes de estereotipicalidade, sendo seguidos, na mesma tabela, pelos valores de valência.

Tabela 1

Atributos segundo valores médios decrescentes de estereotipicalidade relativa a skinhead

Atributo	Estereotipicalidade				Valência			
	Intervalo de confiança de 95%				Intervalo de confiança de 95%			
	Média	Limite inferior	Limite superior	Desvio padrão	Média	Limite inferior	Limite superior	Desvio padrão
Sonso	2,400	1,563	3,237	1,789	3,217	2,469	3,966	1,731
Cornudo	2,850	1,911	3,789	2,007	2,250	1,431	3,069	1,939
Monco	2,950	1,949	3,951	2,139	1,864	1,051	2,677	1,833
Envelhecido	3,200	2,175	4,225	2,191	3,833	3,144	4,523	1,633
Avarento	3,200	2,141	4,259	2,262	2,042	1,465	2,619	1,367
Murcho	3,200	2,141	4,259	2,262	2,565	1,929	3,202	1,472
Tonso	3,300	2,338	4,262	2,055	1,958	1,381	2,535	1,367
Burlista	3,350	2,328	4,372	2,183	0,792	0,235	1,348	1,318
Corrupto	3,350	2,221	4,479	2,412	0,917	0,170	1,663	1,767
Medroso	3,400	2,377	4,423	2,186	3,375	2,742	4,008	1,498
Lerdo	3,450	2,259	4,641	2,544	1,917	1,247	2,586	1,586
Bobo	3,450	2,426	4,474	2,188	2,125	1,428	2,822	1,650
Abelhudo	3,500	2,369	4,631	2,417	2,500	1,722	3,278	1,842
Fingido	3,550	2,409	4,691	2,438	1,458	0,722	2,195	1,744
Sovina	3,550	2,537	4,563	2,164	1,625	1,146	2,104	1,135
Vulgar	3,800	2,648	4,952	2,462	2,917	2,224	3,609	1,640
Vazio	3,800	2,533	5,067	2,707	2,000	1,274	2,726	1,719
Nabo	3,800	2,731	4,869	2,285	1,917	1,259	2,575	1,558
Gatuno	3,900	2,929	4,871	2,075	0,833	0,408	1,259	1,007
Falso	3,900	2,621	5,179	2,732	1,000	0,416	1,584	1,383
Tonto	3,900	2,745	5,055	2,469	2,333	1,644	3,023	1,633
Preguiçoso	3,950	2,721	5,179	2,625	2,292	1,561	3,023	1,732
Palerma	3,950	2,829	5,071	2,395	2,208	1,625	2,792	1,382
Tosco	3,950	2,829	5,071	2,395	2,417	1,821	3,013	1,412
Patego	4,000	2,884	5,116	2,384	2,000	1,353	2,647	1,532
Fuinha	4,050	2,812	5,288	2,645	2,000	1,310	2,690	1,595
Pateta	4,050	2,971	5,129	2,305	2,292	1,688	2,895	1,429
Aborrecido	4,100	2,925	5,275	2,511	2,583	1,962	3,205	1,472
Mentiroso	4,100	3,129	5,071	2,075	1,208	0,611	1,805	1,414
Fraço	4,100	3,094	5,106	2,150	2,667	2,000	3,333	1,579

cont. →

cont.

Artificial	4,200	2,837	5,563	2,913	2,125	1,296	2,954	1,963
Leviano	4,200	3,088	5,312	2,375	1,875	1,224	2,526	1,541
Parvo	4,200	2,820	5,580	2,949	2,042	1,438	2,645	1,429
Obtuso	4,250	3,075	5,425	2,511	2,250	1,554	2,946	1,648
Chato	4,250	3,156	5,344	2,337	2,500	2,051	2,949	1,063
Oco	4,300	2,984	5,616	2,812	1,375	0,742	2,008	1,498
Fastidioso	4,316	3,237	5,394	2,237	2,583	1,974	3,192	1,442
Triste	4,316	3,274	5,358	2,162	2,875	2,094	3,656	1,849
Imbecil	4,350	2,990	5,710	2,907	1,458	0,930	1,986	1,250
Pessimista	4,400	3,333	5,467	2,280	2,833	2,111	3,556	1,711
Bombista	4,400	3,230	5,570	2,501	0,826	0,248	1,404	1,337
Tolo	4,450	3,193	5,707	2,685	2,125	1,511	2,739	1,454
Traíçoeiro	4,650	3,240	6,060	3,014	1,167	0,674	1,660	1,167
Pedante	4,737	3,366	6,108	2,845	2,565	1,841	3,289	1,674
Idiota	4,900	3,630	6,170	2,713	1,458	0,945	1,971	1,215
Mesquinho	5,050	3,889	6,211	2,481	1,125	0,671	1,579	1,076
Gabarola	5,100	4,006	6,194	2,337	2,083	1,449	2,717	1,501
Trombudo	5,150	4,095	6,205	2,254	2,542	1,907	3,176	1,503
Cretino	5,150	4,042	6,258	2,368	1,542	1,029	2,055	1,215
Intriguista	5,250	4,056	6,444	2,552	1,333	0,754	1,913	1,373
Depressivo	5,250	3,893	6,607	2,900	2,292	1,604	2,979	1,628
Rasca	5,350	3,837	6,863	3,233	2,000	1,361	2,639	1,477
Maniento	5,400	4,220	6,580	2,521	1,958	1,294	2,623	1,574
Pulha	5,400	4,108	6,692	2,761	1,833	1,228	2,439	1,435
Antiquado	5,500	4,104	6,896	2,982	3,167	2,500	3,833	1,579
Chanfrado	5,550	4,275	6,825	2,724	2,625	1,870	3,380	1,789
Corrompido	5,650	4,640	6,660	2,159	1,708	0,906	2,510	1,899
Presunçoso	5,650	4,341	6,959	2,796	1,958	1,206	2,710	1,781
Patife	5,650	4,723	6,577	1,981	1,667	0,944	2,389	1,711
Manhoso	5,800	4,699	6,901	2,353	3,042	2,175	3,909	2,053
Narcisista	5,950	4,579	7,321	2,929	2,417	1,875	2,958	1,283
Alucinado	6,050	4,793	7,307	2,685	3,667	2,955	4,378	1,685
Doentio	6,050	4,705	7,395	2,874	1,583	0,925	2,241	1,558
Feroz	6,150	4,933	7,367	2,601	1,667	1,000	2,333	1,579
Carniceiro	6,250	5,199	7,301	2,245	0,826	0,310	1,342	1,193
Elitista	6,368	4,885	7,851	3,077	2,292	1,519	3,064	1,829
Obstinado	6,421	5,340	7,503	2,244	2,957	2,107	3,806	1,965
Furioso	6,450	5,319	7,581	2,417	1,958	1,409	2,508	1,301
Grosseiro	6,500	5,262	7,738	2,646	1,333	0,810	1,857	1,239
Rixoso	6,737	5,603	7,871	2,353	1,565	0,942	2,188	1,441
Monstruoso	6,850	5,874	7,826	2,084	1,292	0,715	1,869	1,367
Repulsivo	6,850	5,711	7,989	2,434	1,458	0,916	2,001	1,285
Arrogante	6,900	5,735	8,065	2,490	2,250	1,624	2,876	1,482
Ofensivo	7,050	5,821	8,279	2,625	2,083	1,449	2,717	1,501
Cruel	7,050	6,015	8,085	2,212	1,000	0,626	1,374	0,885
Mau	7,100	5,717	8,483	2,954	1,042	0,639	1,445	0,955
Rude	7,300	6,225	8,375	2,296	1,625	1,162	2,088	1,096
Fascista	7,350	6,077	8,623	2,720	0,875	0,495	1,255	0,900
Brigueiro	7,400	6,301	8,499	2,349	1,417	0,936	1,898	1,139
Radical	7,400	6,073	8,727	2,836	4,208	3,220	5,197	2,340
Raivoso	7,500	6,522	8,478	2,090	1,417	0,847	1,986	1,349
Bruto	7,600	6,865	8,335	1,569	1,500	1,087	1,913	0,978
Frio	7,650	6,735	8,565	1,954	2,667	1,966	3,367	1,659
Obsessivo	7,700	6,939	8,461	1,625	2,542	1,644	3,439	2,126
Nazi	7,850	6,614	9,086	2,641	0,500	0,148	0,852	0,834
Racista	8,050	6,731	9,369	2,819	0,958	0,438	1,479	1,233
Conflituoso	8,250	7,393	9,107	1,832	1,917	1,170	2,663	1,767
Extremista	8,600	7,791	9,409	1,729	2,417	1,502	3,331	2,165

Os valores de desvio padrão, ao avaliarem a dispersão dos resultados em torno da média, indicam-nos o grau de consenso dos avaliadores e, por conseguinte, se a média associada ao atributo é mais ou menos consensual conforme o seu valor é menor ou maior. O mesmo tipo de informação pode ser inferido pela amplitude dos intervalos de confiança associados a estas médias. Mais ainda, estes intervalos, aos quais se associou um grau de confiança de 95%, permitem testar hipóteses sobre a existência de diferenças significativas entre as médias de pares de atributos. Em concreto, se os intervalos de confiança não se sobrepuserem, então os valores médios dos dois atributos diferem significativamente (e.g., *bruto* e *tanso*, em estereotipicalidade) a um nível de significância de 5%, mas se sobrepuserem já não diferem (e.g., *bruto* e *tanso*, em valência). Desta forma, a partir dos valores apresentados nas tabelas é possível, por exemplo, seleccionar atributos que diferem em estereotipicalidade mas que são iguais em valência.

Os intervalos de confiança permitem igualmente operacionalizar um atributo como estereotípico ou não-estereotípico e como negativo, neutro ou positivo. Uma forma de proceder a esta operacionalização é considerar estas categorias como que representadas por diferentes zonas da escala fornecida aos participantes. Assim, sendo a escala fornecida de 0 a 10, os valores que dividem a escala em três terços são, respectivamente, 3.333 e 6.667. Um atributo cujo intervalo de confiança da avaliação de valência se situe abaixo do valor 3.333 é, então, operacionalizado como negativo. Por seu turno, ao se decidir que a operacionalização da qualificação dos atributos contempla apenas a definição de 2 níveis (e.g., estereotípico vs não-estereotípico), a escala de 11 níveis deve ser dividida em duas metades pelo ponto 5. Assim: (a) se o intervalo de confiança de um atributo não incluir o valor 5 e a sua média estiver acima de 5, pode-se inferir com um grau de confiança de 95% que o atributo é considerado pela população como sendo estereotípico (e.g., *bruto*); (b) se o intervalo de confiança não incluir o valor 5 mas a média abaixo de 5, conclui-se que é considerado não-estereotípico (e.g., *tanso*); (c) e se o intervalo de confiança incluir o valor 5, não se tem confiança numa inferência do atributo ser considerado consensualmente pela população como estereotípico ou não-estereotípico, independentemente da sua média estar acima ou abaixo de 5 (e.g., respectivamente, *feroz* e *falso* com médias de 6.150 e de 3.900). Desta forma, partindo dos valores apresentados na tabela, é possível seleccionar atributos estereotípicos e não-estereotípicos negativos.

Discussão

Com base na informação fornecida (Tabela 1) é possível seleccionar atributos estereotípicos e contra-estereotípicos, para a categoria social de *skinhead*, que diferem em estereotipicalidade mas que têm igual valência negativa, para além de tornar possível ao leitor a selecção de atributos segundo outros critérios que estabeleça à partida. Os atributos seleccionados podem então ser utilizados nas experimentações como estímulos ou como parte das medidas, podendo ainda ser submetidos a outros pré-testes, caso seja necessário garantir outras qualidades.

Neste estudo, avaliou-se a estereotipicalidade e valência dos atributos, dois critérios consensualmente tomados como necessários para garantir a validade das conclusões dos estudos que os utilizam. A avaliação da estereotipicalidade é necessária para garantir que os atributos escolhidos, ou estão associados à categoria social sendo por isso estereotípicos, ou não estão associados sendo por isso não-estereotípicos. Por sua vez, as avaliações de valência permitem a selecção de atributos de igual valência, o que é necessário garantir, uma vez que a diferente negatividade/positividade dos atributos pode levar por si só a certos resultados, constituindo por isso uma explicação alternativa para as inferências ou conclusões desses estudos.

A selecção de atributos pode ser realizada exclusivamente com base nas avaliações efectuadas neste estudo ou podem pré-testar-se os mesmos atributos segundo outros critérios e seleccionar-se os atributos com base num determinado conjunto de avaliações. Mais em particular, pode pré-testar-se a familiaridade ou frequência dessas palavras na língua portuguesa (ver Garcia-Marques, 2003), pré-testar-se a sinonímia relativa a outros atributos (ver Jerónimo, 2003), e avaliar o comprimento das palavras (e.g., Macrae, Stangor, & Milne, 1994; igual número de letras e sílabas). E, a escolha dos pré-testes ou dos critérios a cumprir numa selecção de atributos pode depender das aplicações que se quer dar aos atributos escolhendo-se, por exemplo, a estereotipicalidade e a valência quando se quer activar subliminalmente os estereótipos (e.g., Lepore & Brown, 1997) e a estereotipicalidade, a valência e o comprimento quando se quer utilizá-los na indução da activação dos estereótipos (e.g., Kawakami et al., 2000) ou em medidas de tempos de decisão lexical (e.g., Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994).

De notar que, no presente estudo, procurou-se avaliar palavras sem acentos e que não contivessem outras palavras no seu seio, uma vez que podem constituir outros dois critérios para a selecção dos atributos tendo em vista, por exemplo, uma medida de activação ou de acessibilidade dos estereótipos por reconhecimento de palavras “embebidas” numa matriz de letras (Garcia-Marques & Macrae, 2003). Mais, uma vez que as palavras-atributos são adjectivos e que muitas delas acabam em “oso”, torna-se necessário ter em atenção que a selecção de várias palavras deste tipo pode levar à utilização de uma estratégia de reconhecimento baseada nesse sufixo.

No presente trabalho avaliaram-se palavras-adjectivo com vista à selecção de atributos estereotípicos e de atributos não estereotípicos da categoria de *skinhead*, com valência negativa igual, embora se verifique frequentemente na literatura o uso de atributos estereotípicos junto com atributos irrelevantes (ver subsecção de Estereótipos de *Skinhead*) e atributos contra-estereotípicos [e.g., simpático (*kind*), Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998; doce (*sweet*), Wigboldus, Dijksterhuis, & van Knippenberg, 2003; pro-social, Plaks, Stroessner, Dweck, & Sherman, 2001]. A utilização de atributos estereotípicos, contra-estereotípicos e irrelevantes verifica-se quando se pretende estudar duas categorias sociais que apresentam estereótipos opostos numa dada dimensão (e.g., padre e *skinhead* com simpático/antipático, Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998), o que permite “extremar” os efeitos e estudar a utilização de estereótipos positivos, para além dos negativos. Contudo, seguiu-se o primeiro critério, com vista ao desenvolvimento de estudos sobre o recurso aos estereótipos negativos associados a uma categoria social interessando, para o efeito, seleccionar atributos negativos estereotípicos e atributos não estereotípicos de igual valência. Mais ainda, considera-se teoricamente mais relevante ter “a funcionar como *base-line*” atributos não-estereotípicos negativos (i.e., palavras-adjectivo que não estão associadas à categoria de *skinhead* e que apresentam valência igual à das estereotípicas) em vez de se ter palavras irrelevantes, uma vez que estas podem ser palavras de qualquer tipo, sem serem adjectivos, desde que sejam irrelevantes para a dimensão estereotípica/contra-estereotípica (ver subsecção Estereótipos de *skinhead*).

A selecção de atributos estereotípicos e não estereotípicos pode ser realizada por pares de palavras, uma estereotípica e outra não estereotípica com iguais valências, ou pode ser realizada mais facilmente por conjuntos de palavras, com diferente estereotipicalidade média e igual valência média (Macrae, Stangor, & Milne, 1998). Os atributos seleccionados podem ser aplicados num conjunto alargado de medidas ou de induções ou podem servir de base para a selecção de outros atributos ou comportamentos (ver subsecção de Estereótipos: Categoria e atributos a ela associados).

Por último, é importante ainda notar que a selecção de atributos que é frequentemente realizada com base em estudos já publicados (e.g., Kawakami et al., 2000), deve ter em conta a especificidade da cultura do país e a própria mudança com o tempo dos conteúdos estereotípicos (e.g., os estereótipos de padre ou de político, devido aos casos de pedofilia), pelo que a sua utilização em estudos futuros deve pesar a necessidade de confirmar as avaliações efectuadas.

Referências

- Bargh, J. A. (1999). The cognitive monster: The case against the controllability of automatic stereotype effects. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 361-382). New York: Guilford Press.
- Blair, I. V. (2001). Implicit stereotypes and prejudice. In G. B. Moskowitz (Ed.), *Cognitive social psychology: The Princeton symposium on the legacy and future of social cognition* (pp. 359-374). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Blair, I. V., & Banaji, M. R. (1996). Automatic and controlled processes in stereotype priming. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1142-1163.
- Bodenhausen, G. V., & Liechtenstein, M. (1987). Social stereotypes and information-processing strategies: The impact of task complexity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 871-880.
- Bodenhausen, G. V., & Macrae, C. V. (1998). Stereotype activation and inhibition. In R. S. Wyer, Jr. (Ed.), *Advances in social cognition: Vol. 11. Stereotype activation and inhibition* (pp. 1-52). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bodenhausen, G. V., & Wyer, Jr., R. S. (1985). Effects of stereotypes on decision making and information-processing strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 267-282.
- Bodenhausen, G. V., Macrae, C. V., & Sherman, J. W. (1999). On the dialectics of discrimination: Dual processes in social stereotyping. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 271-290). New York: Guilford.
- Chen S., & Chaiken S. (1999). The heuristic-systematic model in its broader context. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 73-96). New York: Guilford.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Devine, P. G., & Monteith J. M. (1999). Automaticity and control in stereotyping. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 339-360). New York: Guilford.
- Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C., & Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1013-1027.
- Fiske, S. T., Lin, M., & Neuberg, S. L. (1999). The continuum model: Ten years later. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 231-254). New York: Guilford.
- Garcia-Marques, T. (2003). Avaliação da familiaridade e valência de palavras concretas e abstractas em língua portuguesa. *Laboratório de Psicologia 1*, 21-44.
- Garcia-Marques, L., & Hamilton, D. L. (1996). Resolving the apparent discrepancy between the incongruency effect and the expectancy-based illusory correlation effect: The TRAP model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 845-860.
- Garcia-Marques, L., & Macrae, C. N. (2003). *Stereotype incongruent information and spontaneous suppression*. Manuscrito em preparação, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Lisboa.
- Garrido, M. (2001). *Processos de recuperação mnésica em cognição social*. Tese de mestrado não publicada, Universidade de Lisboa, Portugal.
- Gilbert, T. G., & Hixon, J. G. (1991). The trouble of thinking: Activation and application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509-517.

- Jerónimo, R. (2001). *Da dificuldade em compreender o inesperado: Formação de impressões e codificação da informação incongruente*. Tese de mestrado não publicada, Universidade de Lisboa, Portugal.
- Jerónimo, R. (2003). Normas de sinonímia e de frequência subjectiva para palavras ilustrativas de quatro traços de personalidade. *Laboratório de Psicologia 1*, 21-44.
- Jerónimo, R. I. S. (2001). *Da dificuldade em compreender o inesperado: Formação de impressões e codificação da informação incongruente*. Tese de mestrado não publicada, Universidade de Lisboa, Portugal.
- Katz, D., & Braly, K.W. (1933). Estereótipos Verbais e Preconceito Racial. In T. Garcia-Marques & L. Garcia-Marques (Eds.), *Textos fundamentais: Estereótipos e Cognição Social*. Lisboa: ISPA.
- Kawakami, K., Dovidio, J., Moll, J., Hermsen, S., & Russin, A. (2000). Just say no (to stereotyping): Effects of training in the negation of stereotypic associations on stereotype activation effects of suppression of personal intrusive thoughts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 871-888.
- Lepore, L., & Brown, R. (1997). Category and stereotype activation: Is prejudice inevitable? *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 275-278.
- Macrae, C. N., Milne, A. B., & Bodenhausen, G. V. (1994). Stereotypes as energy-saving devices: A peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 37-47.
- Macrae, C. N., Stangor, C., & Milne, A. B. (1994). Activating social stereotypes: A functional analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 370-389.
- Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B., & Ford, R. L. (1997). On regulation of Recollection: The intentional forgetting of stereotypical memories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 709-719.
- Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B., & Jetten, J. (1994). Out of mind but back in sight: Stereotypes on the rebound. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 808-817.
- Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B., & Wheeler, V. (1996). On resisting The temptation for simplification: Counterintentional consequences of stereotype suppression on social memory. *Social Cognition*, 14, 1-20.
- Monteith, M. J., Sherman, J. W., & Devine, P. G. (1998). Suppression as a stereotype control strategy. *Personality and Social Psychology Review*, 2, 63-82.
- Monteith, M. J., Spicer, C. V., & Tooman, G. D. (1998). Consequences of stereotype suppression: stereotypes AND not on the rebound. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, 355-377.
- Moskowitz, G. B., Gollwitzer, P. M., Wasel, W., & Schaal, B. (1999). Preconscious control of stereotype activation though chronic egalitarian goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 167-184.
- Plaks, J. E., Stroessner, S. J., Carol S. Dweck, C. S., & Sherman, J. W. (2001). Person theories and attention allocation preferences for stereotypic versus counterstereotypic information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 876-893.
- Plant, E. A., & Devine, P. G. (1998). Internal and external sources of motivation to respond without prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 811-832.
- Rudman, L. A., Ashmore, R. D., & Gary, M. L. (2001). "Unlearning" Automatic Biases: The Malleability of Implicit Prejudice and Stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology* 81, 856-868.

- Sherman, J. W., & Bessenoff, G. R. (1999). Stereotypes as source monitoring cues: On the interaction between episodic and semantic memory. *Psychological Science*, 10, 106-110.
- Sherman, J. W., Lee, A. Y., Bessenoff, G. R., & Frost, L. A. (1998). Stereotype efficiency reconsidered: Encoding flexibility under cognitive load. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 589-606.
- Tertúlia Edípica (Compiladores) (1977). *Dicionário de Sinónimos* (2ª edição). Porto: Porto Editora.
- Wigboldus, D., Dijksterhuis, & van Knippenberg (2003). When stereotypes get in the way stereotypes obstruct stereotype-inconsistent trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 470-484.
- Wittenbrink, B., Judd, C. M., & Park, B. (1997). Evidence for the racial prejudice at the implicit level and its relationship with the questionnaire measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 262-274.
- Wyer, N. A., Sherman, J. W., & Strossner, S. J. (1998). The spontaneous suppression of racial stereotypes. *Social Cognition*, 16, 340-352.
- Wyer, N. A., Sherman, J. W., & Strossner, S. J. (2000). The roles of motivation and ability in controlling the consequences of stereotype suppression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 13-25.